

KANDAS Kanal Direct Answer System				調査手法	観察調査					定性調査		定量調査							基礎調査				
カンダスの調査メニュー					① エスノグラフィ 社会文化的分析から気づきを見出す	② 顧客の潜在ニーズを発見する 行動観察調査	③ 消費者が現場を評価する シヨッパリーサーチ	④ カテゴリーの棚割りやフェイスを観察する 売場調査	⑤ 来店客の買物順路を観察する 動線調査	⑥ 座談会形式の グループインタビュー	⑦ 1対1で深層心理を引き出す デプスインタビュー	⑧ 街頭で対象者に声をかけアンケートをとる 街頭調査	⑨ アンケート等の書類を郵送する 郵送調査	⑩ 調査員が自宅訪問する 訪問調査	⑪ ローコストでスピーディ インターネット調査	⑫ 会場でアンケートをとる 集合調査	⑬ 調査員が電話で聴き取りアンケートをとる 電話調査	⑭ 調査員が店頭でアンケートをとる 来店者調査	⑮ 家庭内で利用・評価する ホームユーステスト	⑯ 市場を把握するための 既存統計・文献調査	⑰ SNSを活用した ツイッター・フェイスブック情報収集	⑱ 毎日の消費行動を記録する ダイアリーリサーチ	
市場環境戦略	企業	1	業界研究									○		△		○			○				
		2	ブランディング			○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			
	消費者	3	消費者ライフスタイル	○	○				○	○	○	○	○	○	○	○	△		○	○	○		
		4	社会トレンド	○	○					○	○	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○	
商品開発戦略	商品発売前	事業計画																					
		5	事例研究	○	○															○			
		6	アイデア探索	○	○					△	△										○	○	
		製品コンセプトの決定																					
		7	コンセプト評価							○	○		○	○	○								
		製品仕様決定・試作																					
		8	受容性評価							○	○		○	○	○	△		○					
		9	パッケージテスト							○	○	○			△	○			○				
		テスト・導入計画																					
		10	チャネル調査			○	○														○		
		11	需要予測										○	○	○	○	○	○		○			
		12	広告表現の評価			○	○			○	○	○				△	○						
		13	カタログの評価		○					○	○		○				○			○			
		14	取扱説明書の評価 (ユーザビリティテスト)		○					○	○		○				○			○			
	商品発売後	市場導入																					
		15	初期導入計画の確認			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			△		
		16	浸透度チェック				○			○	○	○	○	○	○	○	○	○			△		
		17	広告効果測定							△	△	○				○	○	△	○		△		
		18	購入実態の把握					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△	○		△		
		ライフサイクル管理																					
		19	ブランド評価							○	○	○	○	○	○	○	○	△	○		△		
		20	消費実態・意識の把握	○	○			○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		△	○
		21	顧客満足度調査											○	○	○	○		△		△		